Anúncio

Gênero de natureza argumentativo-persuasiva, de função conativa (objetiva persuadir, convencer).

Vantagens Temáticas

Quantitativas

O produto é mais barato, rende mais, tem mais quantidade de algo, é o mais vendido, favorito, campeão de vendas, etc.

Qualitativas

O produto é melhor, mais gostoso, mais nutritivo, melhor acabamento, etc.

Ideológicas

Exclusividade, classe, estilo, público restrito ou diferenciado, comprometimento com alguma causa etc.

Características

- ⇨ Apresentação em linguagem mista, com elementos verbais e não verbais.
- ⇨ Linguagem persuasiva, voltada à despertar reações no público.
- ⇨ Adequação da linguagem às características do público-alvo.
- ⇨ Uso de verbos no imperativo.
- ⇨ Uso de recursos estilísticos como figuras de linguagem, jogos de palavras etc.
- ⇨ Estrutura variável, mas com a presença comum de frases de impacto, slogan e nome da marca/produto.

Esquema de Construção

Discurso de Autoridade

Utiliza-se de um depoimento, fala, pensamento ou atitude de especialistas. *Pseudo-autoridades*: indivíduos que possuem reconhecimento na sociedade.

Afirmação e Repetição

Expressa verdades incontestáveis e como um "mantra", repetindo os slogans.

Criação Antagonista

O objetivo é transformar o produto ou ideia em herói, enaltecendo suas qualidades.

Uso de Eufemismo e Hipérbole

Intenção de influenciar o entendimento do público, escondendo ou minimizando problemas, acusando concorrentes ou potencializando aspectos do próprio produto.

Uso de Estereótipo

Uso de esquemas e de fórmulas conhecidas e consagradas, ainda que não correspondam a uma verdade. *Atenção*: Vem caindo em desuso (parte de determinados grupos se sentem atingidos por eles.

Claudenice Melo
Professora de Língua Portuguesa